



A CLASSE MÉDIA NO ARAÍSO

Para o autor da regulamentação do franchising francês, o sistema ajuda a distribuir a renda

O franchising constitui uma excelente maneira de forjar uma classe média forte no Brasil e ajudar a impulsionar o desenvolvimento do país. Essa é a opinião de Olivier Gast, advogado francês, de 36 anos, especialista no sistema de franchising. Com escritórios em Paris, Milão, Bruxelas, Barcelona e inclusive em São Paulo — onde representa os interesses de alguns franqueadores franceses que preparam sua entrada no mercado brasileiro —, Gast é também o autor do livro *La Franchise au Brésil* (O Franchising no Brasil). Além disso, preside a Universidade Européia de Franchising e redigiu a Lei Doubin, a legislação que regulamenta o franchising na França desde 1989.

Para o advogado, o entusiasmo gerado pela simples pronúncia da palavra franchising tem razão de ser, principalmente quando se fala de objetivos sociais, pois, como fomentador de pequenas e médias empresas — que nos Estados Unidos já geram 90% dos empregos —, o sistema não só contribui para a alocação de mão-de-obra como fortalece o mercado interno. Ele não crê, porém, que já seja o momento de regulamentar o franchising no Brasil. “É preciso que o sistema amadureça primeiro”, afirma Gast, que esteve recentemente em São Paulo, no I Congresso e Feira Internacional de Franchising, e conce-

deu entrevista exclusiva a PEGN.

PEGN — *Quais as perspectivas do franchising brasileiro?*

GAST — Meus contatos com as pessoas que trabalham com franchising no Brasil têm sido reveladores. Tenho falado com gente jovem, dinâmica e ambiciosa, o perfil ideal para candidatos a franqueadores. Além disso, apesar da instabilidade econômica e da inflação, há casos como o de O Boticário, que tem perto de mil lojas e quer se expandir para a Europa. Isso prova que um negócio bem pensado, bem adaptado, está fadado ao sucesso. Penso que, aqui, o franchising vai permitir o surgimento de uma classe média de empreendedores, que, pelo que tenho notado, não existe em quantidade suficiente no país.

Há o grande capital e, logo abaixo, já vem a classe de pouca renda, com quase nada entre esses extremos. O franchising é um sistema pedagógico, educativo, e, por isso, como comprovam as estatísticas na França, é o sistema que mais permite a constituição de novas empresas. O pequeno empreendedor brasileiro não tem obrigatoriamente que ter todos os meios para criar sozinho sua empresa. Às vezes, nem tem capital suficiente para isso. E com o franchising seus projetos podem se tornar viáveis, porque há negociação. O próprio franqueador pode financiar alguma coisa. Isso é um instrumento extraordinário para as classes médias de todos os países.



GAST: É IMPOSSÍVEL FRANQUEAR...

HONESTAMENTE SEM TESTAR O CONCEITO

PEGN — *O que o senhor pensa da inexistência de regulamentação para o franchising no Brasil?*

GAST — Hoje não há necessidade de uma lei para regulamentar o sistema no país, porque a lei é feita para regulamentar o que já existe. Quando há um boom e surgem muitos candidatos a franqueador e franqueado, é provável que apareçam casos de empreendedores que não são verdadeiros franqueadores, que podem trair a essência do sistema para montar uma armadilha para os

franqueados. Quando algo desse tipo acontecer, se acontecer, então é hora de regulamentar, de garantir os direitos das partes e, principalmente, a transparência do sistema. Mas deve-se evitar uma legislação que imponha muitas regras aos contratos firmados entre franqueadores e franqueados.

PEGN — *Por que o franchising foi regulamentado na França?*

GAST — Havia 10% de maus franqueadores, de franqueadores desonestos. A imprensa só falava desses 10% e a opinião pública começou a acreditar que todos os franqueadores eram desonestos. Por isso, para

queador não estava no ponto, não era operacionalizável. Houve também muitos golpes. Quando, por exemplo, o conceito do franqueador não funcionava e ele não tinha dinheiro para desenvolvê-lo, era comum que usasse o franqueado como cobaia. Ele não transferia *know-how*, cobrava taxas de franquia e depois sumia. O pobre franqueado pagava as taxas, investia na loja, comprava um conceito que não funcionava... Isso é desonestidade.

PEGN — *Quais as providências legais tomadas para coibir esses abusos?*

GAST — Uma delas é a lei “três-dois”, que eu mesmo criei, e que vem dando bons resultados porque se fundamenta no bom senso. Não é uma regra sofisticada. Eu acho impossível franquear honestamente se o próprio franqueador não testar seu conceito, no mínimo em três lojas, por dois anos. A razão das três lojas é simples. No Brasil, por exemplo, eu acredito que haja três tipos de mercado: as grandes capitais, as cidades médias e as pequenas. As coisas não são iguais em São Paulo e em Caxias, seus consumidores são diferentes. A experiência do franqueador em mercados diferentes é uma garantia de que seu negócio, seu sucesso, é reproduzível. Essa constitui a melhor regra para a franquia.

PEGN — *Existem outras disposições legais para proteger o franqueado do mau franqueador na França?*

GAST — A jurisprudência francesa favorece o franqueador, porque como gerador de pequenas e médias empresas ele é muito importante para a economia do país. As empresas de pequeno porte nos Estados Unidos, e na França também, são responsáveis por 90% dos empregos. E o franchising é o sistema ideal para permitir o desenvolvimento dessas empresas. Então, quando se protege o franqueador está sendo protegido o emprego. Por isso, as regras institucionais favorecem o franqueador.

Mas, se ele não mantém loja-piloto, se não obedece à regra do “três-dois”, se não tem *know-how*, se recebe taxas sem dar serviços em troca, então ele é condenado.

PEGN — *Que setores franceses estão mais desenvolvidos na franquia?*

GAST — Os setores têxtil, hoteleiro, *fast food*, restaurantes, mobiliário e serviços.

PEGN — *Que franquias francesas poderiam ter sucesso no Brasil e vice-versa?*

GAST — Com interesse explícito no Brasil há a Allan Manoukian, uma grife de moda jovem e sofisticada, e a Jaccadi, moda infantil. Do lado brasileiro, vejo boas chances para O Boticário.

PEGN — *Qual a maneira mais adequada de um franqueador estrangeiro*

entrar para o mercado brasileiro?
GAST — Depende do caso. Acho que pode ser através de um *master-franchise*, ou mesmo uma *joint-venture*, com o franqueador francês colocando algum capital no negócio também. Isso é bom para o parceiro brasileiro, porque seu sócio estará mais empenhado no sucesso do negócio. Além disso, é sempre um país diferente, com cultura e mercado também diferentes, e haverá detalhes importantes do negócio a serem acertados antes que se parta efetivamente para a expansão. É importante que a nova franquia respeite a regra do “três-dois” para adaptar o negócio ao país. A realidade da loja leva à adaptação.

PEGN — *Quando um franqueador pode pensar em exportar seu negócio?*

GAST — Para mim, o franqueador se credencia a concorrer em outros mercados a partir do momento em que já está bem desenvolvido no território de seu próprio país.

Marcelo Neves Moraes

“Quando os maus franqueadores se multiplicam, é hora de criar uma legislação”